

GfK-MARKTVERGLEICH EU/CH

Mehr ist in der Schweiz weniger

Der Blick über den eigenen Gartenhag hinaus erweitert den Horizont: Ausländische Märkte funktionieren oft anders als der Schweizer Markt. So kann die Marktentwicklung im Nachbarland manchmal Aufschluss über die im eigenen Land geben. Eine Ausnahme ist Deutschland. Luca Giuriato



GfK Switzerland

Insgesamt weist der Markt für Unterhaltungselektronik eine hohe Dynamik aus. Verantwortlich dafür sind vor allem die zahlreichen Innovationen. Gleichzeitig gibt es aufgrund der grossen Konkurrenz einen sehr starken Preisverfall in vielen Segmenten. In Europa geht die GfK bei den Gesamtumsätzen mit Unterhaltungselektronik von einem Rückgang im unteren zweistelligen Bereich aus. Ein genauere Blick auf die einzelnen Länder zeigt jedoch, dass es hier grosse Unterschiede gibt. So gab es im ersten Halbjahr in Italien, Spanien und Holland grosse Umsatzrückgänge. Bei den deutschen

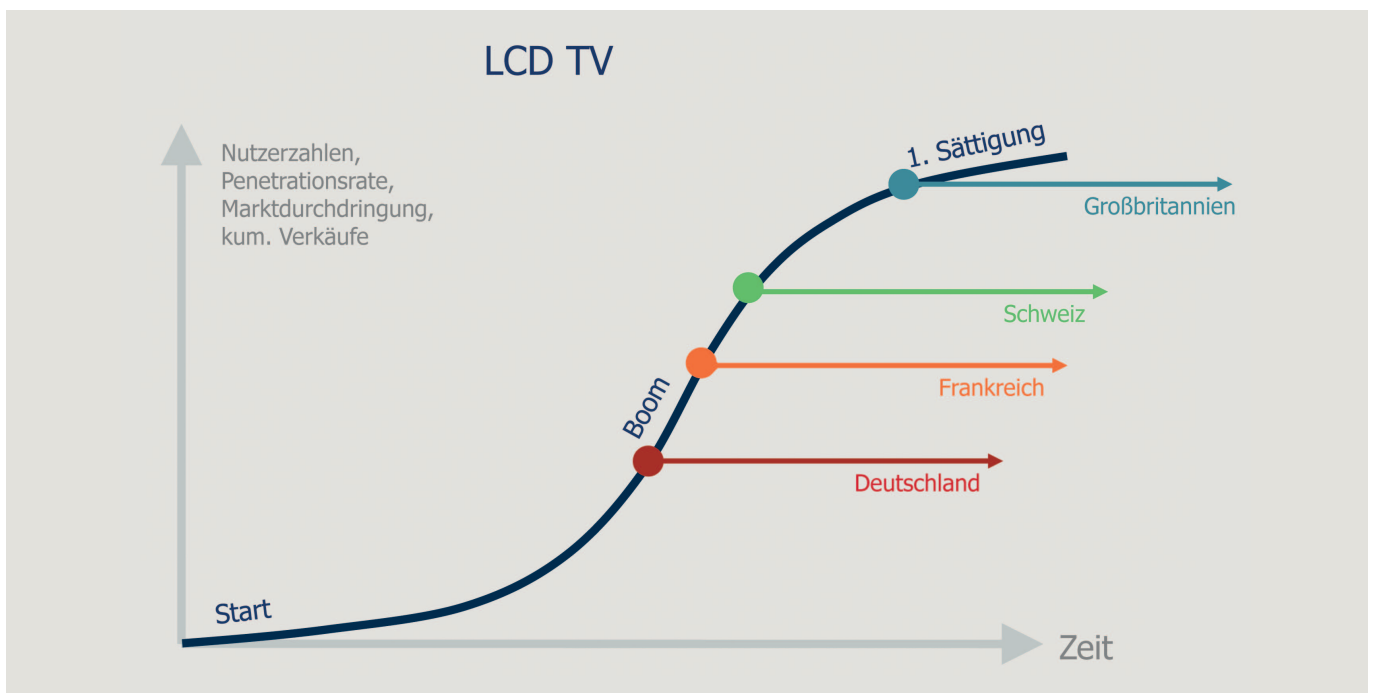
Kunden scheinen TV, Audio & Co. jedoch trotz Krise hoch im Kurs zu sein. Denn hier wurde im ersten Halbjahr 2009 genauso viel für Unterhaltungselektronik ausgegeben wie im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Das heisst also, dass trotz massiven Preiszerfalls durch massiv höhere Stückzahlen gleich viel eingenommen wurde oder anders gesagt: der deutsche CE-Markt brummt richtig. Woran das genau liegt, kann nicht abschliessend geklärt werden.

Es wird vermutet, dass die Mengen in Deutschland mit der Umstellung des Satellitenempfangs von

analog zu digital zu tun haben könnte. Der Sat-Empfang ist in Deutschland überdurchschnittlich verbreitet. Hinzu kommt wahrscheinlich, dass durch die Krise weniger Urlaub, weniger Möbel und weniger Autos gekauft werden. Als Kompensation dazu kauft man sich dann halt ein neues TV-Gerät.

Trend zu Grossformat-TVs

Bei Flachbildfernsehern – greifen die Kunden am häufigsten bei 32 Zoll-TV zu. Das stärkste Wachstum haben aber Geräte mit 37 Zoll Bildschirmdiagonale und mehr. Stark im Aufwind sind auch qualitativ höherwertige Geräte mit Full-HD-Auflösung, mit neuen Features wie LED-Backlight oder aber mit 100,200 oder 600 Hz-Panels. Im Schnitt gaben die europäischen Konsumenten für ihr neues TV-Gerät knapp 600 Euro aus.



Die Entwicklung der Marktdurchdringung von LCD-TVs im europäischen Vergleich.

Boom bei Blu-ray-Playern

Gegenüber dem ersten Halbjahr 2008 haben die europäischen Konsumenten in den ersten sechs Monaten 2009 viermal so viele Blu-ray-Player gekauft. Doch trotz dieses starken Absatzwachstums in einem Teil des Marktes ist der Gesamtmarkt mit DVD-Playern und Rekordern in der ersten Jahreshälfte 2009 um 20 Prozent geschrumpft. Für 2009 erwartet GfK, dass die Kunden in Europa 18,7 Millionen traditionelle DVD-Player, 4,6 DVD-Rekorder und 4,6 Millionen Blu-ray-Player kaufen werden.

Marktentwicklung Schweiz

Im Vergleich zu den anderen westeuropäischen Ländern hat sich der Schweizer Unterhaltungselektronikmarkt bis September 2009 mit durchschnittlich -16 Prozent negativ entwickelt. Gründe dafür sind wie in grossen Teilen des übrigen Europa auf den Preisdruck und die Zunahme der Konkurrenzsituation zurückzuführen. Über alles hinweg gibt es allerdings auch positive Entwicklungen zu vermeiden, wie zum Beispiel die Umsatzsteigerungen bei DAB-Radios, Blu-ray-Playern, MP3-Player-Zubehör und bei Home-Audio in den oberen Preisklassen.

CH-Markt: hohe Nachfrage

Gegenüber dem Sport-Eventjahr 2008 vermochte der TV Markt in der Periode Januar bis September 2009 mengenmässig um fünf Prozent zuzulegen. Die kurzfristigen Entwicklungen zeigen zudem auf, dass der Wachstumstrend anhalten wird. Das jährliche Mengenvolumen wird somit bis Ende 2009 wohl auf ein Rekordniveau von rund 760000 TV Geräte klettern. Per Ende 2009 werden dann 62 Prozent aller Schweizer Haushalte mindestens einen TV mit Flachbildschirm besitzen. Die Anzahl der Haushalte, die nur einen Röhrenfernseher besitzen, wird schätzungsweise bei ca. 1 Million Haushalte liegen.

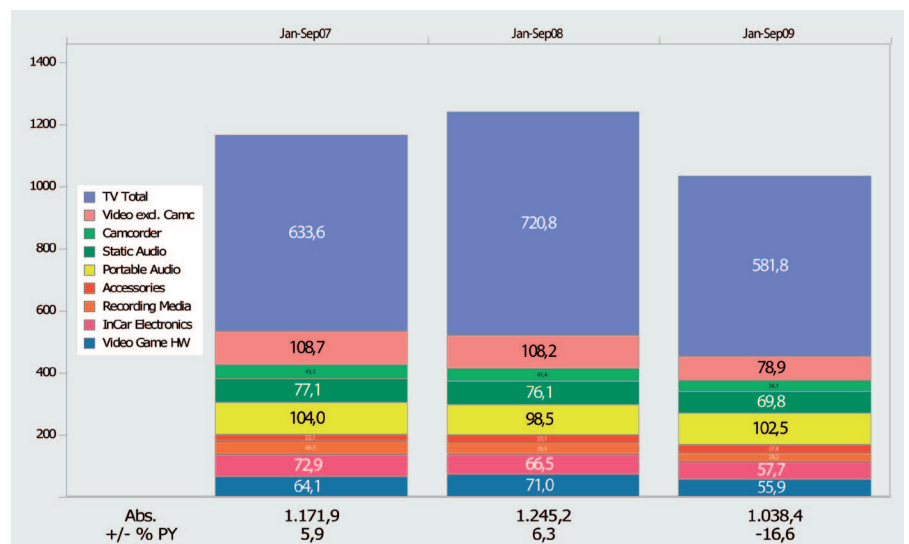
Leider beschert die Rekordmenge an Flachbildschirm-TVs dem Handel kein Umsatzplus. Der durchschnittliche Verkaufspreis für ein TV-Gerät liegt im

Vorjahresvergleich bei minus 23 Prozent. Der Umsatz ist deshalb trotz Rekord bei den verkauften Stückzahlen um 19 Prozent eingebrochen. Gründe dafür liegen einerseits im Kaufverhalten der Konsumenten, die im negativen wirtschaftlichen Umfeld oft nicht das bestausgestattete Modell wählen, sondern sich mit einem günstigeren begnügen. Andererseits führt auch der Konkurrenzkampf unter den Herstellern und sowie im Handel zu immer aggressiveren Preisangeboten. Dennoch scheint in der Schweiz das Qualitätsbewusstsein und die Kaufkraft gegenüber anderen europäischen Ländern nach wie vor sehr hoch zu sein.

Für den Schweizer Konsumenten darf das neue TV-Gerät ruhig etwas mehr kosten. Das zeigt der Durchschnittspreis von umgerechnet 812 Euro pro Gerät. Im Europavergleich liegt die Schweiz dabei um gut 200 Euro höher. Dies dürfte die Händler hierzulande angesichts der Innovationen, welche in diesem Herbst vorgestellt wurden, bestimmt freuen. Die TV-Industrie hat nämlich einige tolle Produkte mit bedeutenden Fortschritten in Sachen Bildqualität, Design und Convenience vorgestellt, die wohl bei einer breiten Kundensicht Anklang finden werden, und auch zu höheren Preisen gut verkauft werden können.



Entwicklung des Teilmarktes Flat-TV von Januar bis September 2009 im Vergleich zur Vorjahresperiode (Wachstumsraten in Prozent)



CE-Marktentwicklung in der Schweiz in Mio. Franken (Januar bis September 2009)